

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Efficacité et vie privée

Degrave, Elise

Published in:
La libre entreprise

Publication date:
2010

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):
Degrave, E 2010, 'Efficacité et vie privée: danger !' *La libre entreprise*, p. 9.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

liser ?



“Les PME demeurent l’épine dorsale de notre économie. Unissons nos efforts afin de les renforcer !”

ferts, de l’information fournie, du canal de distribution. Deuxièmement, il faut dresser un profil clair des compétences qui rendent l’entreprise unique (ses vrais atouts), au lieu de penser en termes de produits. Par exemple, Packo fabrique des cuves à lait, mais excelle dans les compétences liées au revêtement de l’acier, à la réfrigération, à l’intégration de technologies, etc. De telles compétences peuvent être appliquées dans nombreux autres marchés que celui de l’agriculture... et c’est ainsi que l’entreprise s’est développée pour pénétrer les industries alimentaire et pharmaceutique. Troisièmement, la PME moderne doit se montrer plus ouverte à la collaboration avec les clients, fournisseurs, concurrents, partenaires de la connaissance et universités, que ce soit au niveau national ou international. L’époque où l’on pouvait tout faire tout seul est définitivement révolue. Et les pouvoirs publics ? Ils font du bon travail pour stimuler l’innovation dans des réseaux avec la participation des PME, promouvoir les études techniques et créer un cadre juridique dans lequel les PME peuvent grandir et expérimenter, plutôt que d’être absorbées par les tâches administratives et la législation. Les PME demeurent l’épine dorsale de notre économie. Unissons nos efforts afin de les renforcer !

Les données personnelles sont collectées et traitées par La Première pour vous offrir des services personnalisés.

En cliquant sur "OK", vous acceptez les conditions d'utilisation de nos services.

[OK](#)

La Première

La Libre

■ Universités | Chronique

Efficacité et vie privée : danger !



D.R.

Elise Degrave

→ elise.degrave@fundp.ac.be

- La carte d’identité électronique : un outil commercial ? La vie privée à nouveau ébranlée.
- Il y va de la légitimité de cet instrument et de la démocratie.

Aussi surprenant que cela puisse paraître, la carte d’identité électronique est aujourd’hui utilisée à des fins commerciales. Ne sert-elle pas à s’identifier sur eBay et à acheter un billet SNCB en ligne ? Il y a plus. En juillet dernier, a été créé un service informatique permettant aux consommateurs d’utiliser leur carte d’identité comme carte de fidélité auprès de tous les commerçants ayant souscrit à ce service (www.freedomity.be).

Des voix se sont déjà élevées contre cet outil au sein de la Commission de la protection de la vie privée et du Centre de recherches informatiques et droit de l’Université de Namur. Ces critiques font état de la tension récurrente entre efficacité et vie privée. Grâce aux progrès informatiques, apparaissent des outils qui, au nom de l’efficacité, utilisent nos données à caractère personnel (telles que nos nom, prénom, adresse, âge) à des fins lucratives. Souvent, ils sont, a priori, très séduisants, permettant tant aux consommateurs qu’aux entreprises, de gagner du temps et de l’argent. Les avantages offerts sont concrets et évidents. Face à eux, la protection de la vie privée paraît abstraite et ceux qui la défendent passent souvent pour des trouble-fêtes rétrogrades. Une maison sans rideaux. Le droit à la vie privée est, certes, une notion floue, d’ailleurs indéfinissable. Il ne peut pourtant être minimisé. Il vise à permettre à l’individu de s’auto-déterminer librement, notamment en décidant lui-même des données qui circulent à son sujet et de l’usage qui peut en être fait. Imaginons notre maison sans rideaux. Nous comporterions-nous de la même manière si tout un chacun était susceptible, à n’importe quel moment, de nous observer ? Une société où nos données peuvent circuler sans limite est comparable à une maison sans rideaux, et il y a fort à parier que les conséquences sur notre développement personnel seraient semblables : nous nous sentirions contraints de nous conformer à un modèle imposé pour

“En dépassant les balises légales, on ouvre la porte à des dérives qu’on ignore.”

éviter les ennuis. Dès lors, quand apparaît un outil informatique traitant des données à caractère personnel, il importe de rester attentif aux dangers qu’il représente pour la vie privée, sans céder à la tentation simpliste de minimiser ce droit fondamental au regard des avantages de l’outil. L’utilisation de la carte d’identité comme carte de fidélité soulève de multiples questions. Parmi elles, trois aspects de cet outil semblent menacer la vie privée des consommateurs en plaçant les données en dehors de leur contrôle.

Voici trois exemples d’abus potentiels. Premièrement : l’entière des données de la carte d’identité est copiée. Pourtant, le consommateur peut légitimement s’interroger sur l’utilité pour le commerçant de certaines d’entre elles. Pourquoi ce dernier doit-il enregistrer et voir apparaître sur son écran, à chaque achat, notre âge et notre photo d’identité ? En l’occurrence, le client ne peut sélectionner lui-même les informations qu’il souhaite communiquer. S’il refuse de se soumettre à ce système, il doit renoncer à ses points de fidélité et aux avantages liés. Deuxièmement : les données sont copiées sur une base de données gérée par les créateurs du système. Ces personnes se trouvent à la tête d’une mine d’or : à partir des données enregistrées, des catégories de consommateurs peuvent être reconstituées et revendues à des sociétés souhaitant cibler leur publicité. On pourrait identifier, dans la base de données, les membres d’une famille nombreuse. Que ressentira le père d’une famille de six enfants quand il recevra, adressées à son nom, des publicités pour un autobus ? Que ressentiront les consommateurs de plus de 60 ans quand ils recevront de la publicité pour des verres Varilux ? Avons-nous envie que notre boîte aux lettres nous informe que nous avons beaucoup d’enfants, nous rappelle nos soucis de santé ou suscite des besoins nouveaux ? Troisièmement : cette utilisation commerciale d’un outil au départ strictement administratif ne figure pas dans la loi. Elle n’a donc pas fait l’objet d’un débat démocratique sur les risques induits.

En dépassant les balises légales, on ouvre la porte à des dérives qu’on ignore encore. Si, un jour, les données de la carte SIS figurent dans notre carte d’identité, pourront-elles être lues par le terminal du commerçant ? Il sera alors trop tard pour réagir en voulant sauvegarder notre image informationnelle. Si la vie privée paraît abstraite, elle révèle rapidement les dangers concrets de sa méconnaissance. Dans l’élan d’enthousiasme qui accompagne les outils de traitement de données à caractère personnel, on ne peut faire l’impasse sur une réflexion profonde autour des implications, à long terme, de ces progrès. Et ce, tant pour la légitimité de ces outils que pour la vitalité de notre démocratie.